

E-shopper barometer 2022

De nieuwste trends op het gebied van
online winkelen

Martijn Kleij
CCO DPD Nederland



Onderzoek en methodiek

De **nieuwste trends** op het gebied van **online winkelen** en **bezorgvoorkeuren** in Europa en daarbuiten, uitgevoerd door Geopost.

De gegevens van het onderzoek worden verzameld uit bijna **24.000** anonieme online interviews in **22** Europese landen, waaronder **1000** in Nederland.

Gericht op de **regelmatige e-shoppers**; e-shoppers tussen de 18 en 70 jaar, die maandelijks tenminste 1 product categorie online bestellen.



E-commerce key trends

e-shoppers



“regelmatige” e-shoppers



aandeel



Profiel van de regelmatige e-shopper

Vrouwen

55%

56%

Europees gemiddelde

Inkomen

45%

44%

Europees gemiddelde

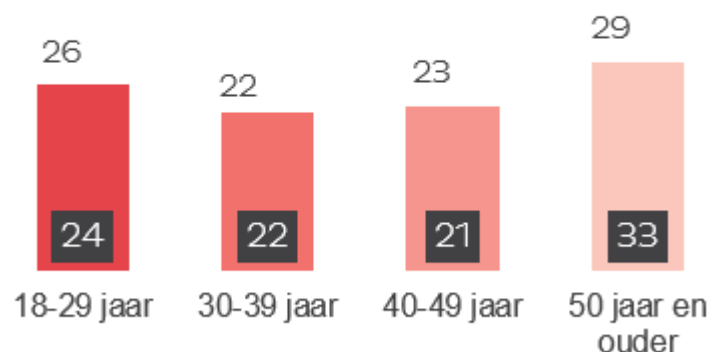
Hoger

Leeftijd

41,4

42,4

Europees gemiddelde



Gezinssituatie

24%

Alleenstaand

29%

44%

Getrouwd

45%

26%

Samenwonend

17%

4%

Gescheiden

7%

Europees
gemiddelde

Woonplaats

92%



Stedelijk

86%

Europees
gemiddelde

Het imago van e-shopping



“Online shoppen geeft aanzienlijk minder stress dan shoppen in winkels” - %T2B



66%

“Online shoppen is zo makkelijk dat ik het steeds vaker doe, ook al moet ik mijn aankopen soms retour sturen” - %T2B



61%

“Online shoppen bespaart tijd” - %T2B



+10 ▲

77%

“Ik kan bijna alle producten die ik nodig heb online kopen” - %T2B



55%

Houding tegenover prijzen

57%

63%

van de regelmatige e-shoppers denkt dat online shoppen geld bespaard



58%

61%

“De prijs is de belangrijkste factor in mijn aankoop keuzes” - %T2B



40%

53%

“Ik kijk uit naar grote kortingsacties, online en offline, (Black Friday, uitverkoop...)” - %T2B



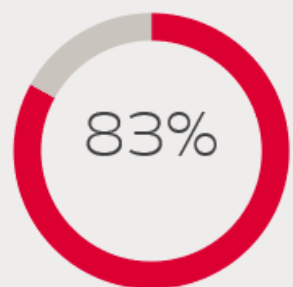
60%

69%

“Ik ben altijd op zoek naar een goede aanbieding” - %T2B

Bekendheid en loyaliteit

Bekend met de website



Heeft al eerder een aankoop gedaan via de website

86%

13%

Heeft **nog niet eerder** iets op de website gekocht, maar **kende het al wel**

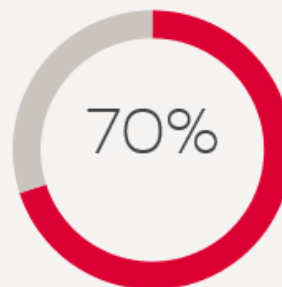
11%

4%

Heeft **nog nooit van de website gehoord** voor de laatste order

3%

Loyaliteit aan websites



Loyaal aan bepaalde websites, maar wisselen soms ook

64%

18%

Shoppen **altijd** op de **zelfde websites**

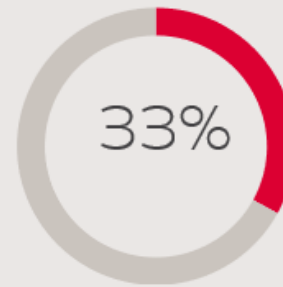
23%

12%

Gaan altijd naar **andere websites** om te shoppen

12%

Loyaliteitsprogramma's



Ja, ingeschreven bij loyaliteitsprogramma van verkoper

35%

16%

Nee, maar denken het wel te gaan doen in de komende maanden

14%

48%

Nee, en denken het in de komende maanden ook niet te doen

44%

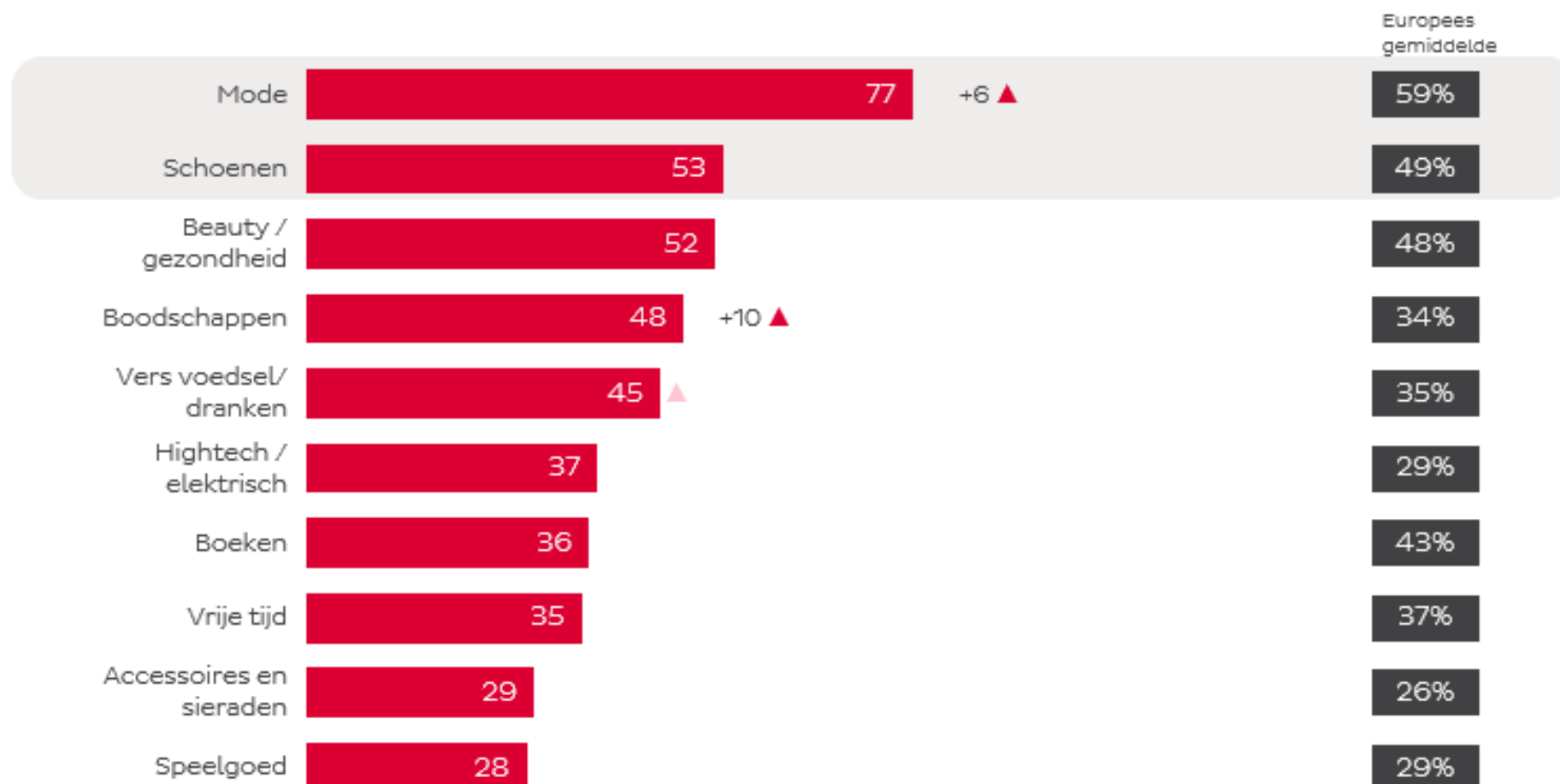
3%

Ik weet het niet / kan het mij niet herinneren

7%

Populaire categorieën onder e-shoppers

% - TOP 10 soort goederen online gekocht sinds januari



Vers voedsel & dranken



Soorten vers voedsel dat online wordt besteld...

% – (n = 243)



Warm en koud voedsel klaar om te eten

61

65%



Bevroren voedsel

50

56%



Kant en klare maaltijden

45

47%



Maaltijdboxen

42

34%



Overige

71

69%

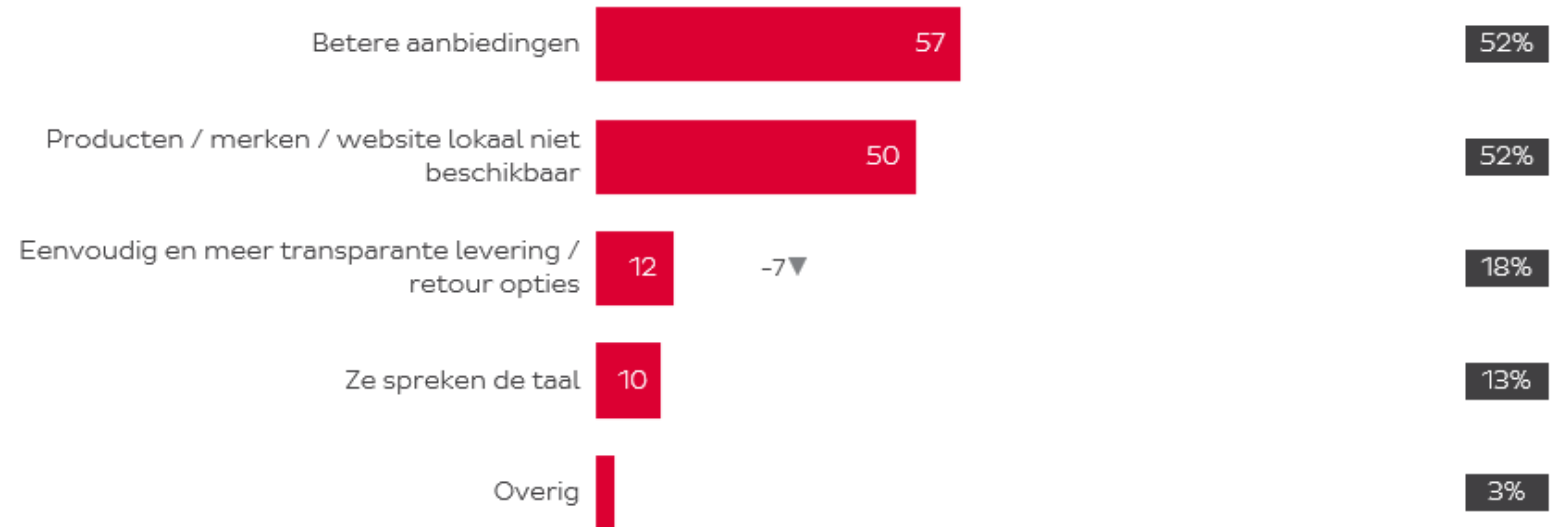
...ten minste eens per maand

Europees gemiddelde

Buitenlandse websites



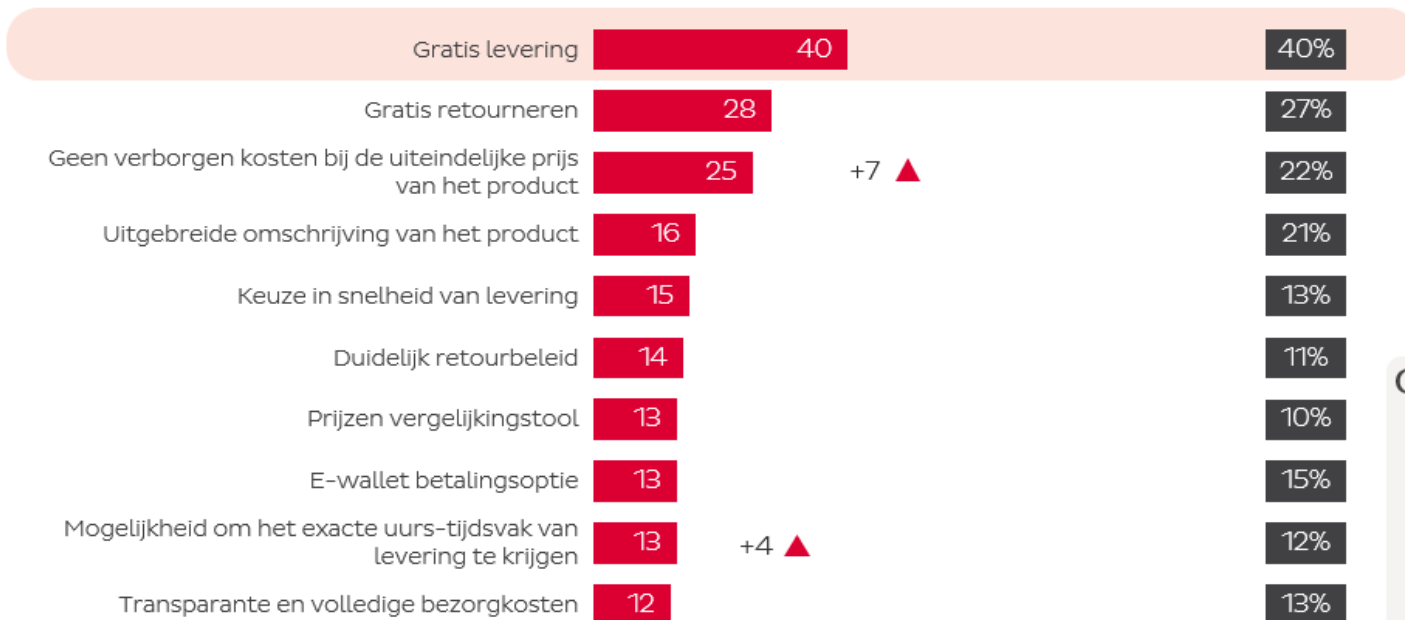
Aanleiding om van buitenlandse websites te kopen %



Drijfveren voor online aankopen

Top 10 belangrijke criteria bij online aankopen % - (van de 26 criteria)

Onderwerpen gerangschikt als 1ste, 2de, of 3de van belang



Grootste ontwikkelingen vs. 2021 (buiten de TOP10)

7% -5 ▼ Efficiënte zoekmachine en filters

Leveringsvoorkeuren

Standaard bezorglocaties-%



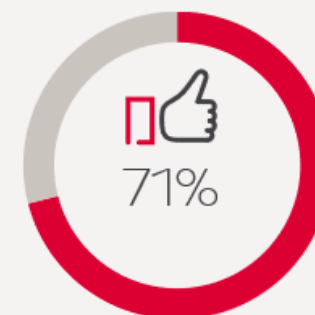
Europees
gemiddelde



31%

39%

Met out of home
levering (pakketkluis, in een
winkel)



... vond de
bezorging
makkelijk /
zorgeloos

73%

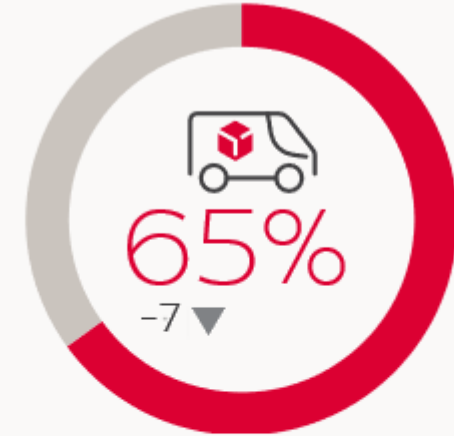
Het belang van bezorgdiensten



69%

...denkt dat ze eerder een aankoop zullen doen bij een website/verkoper/app als ze **het exacte levermoment (uur of tijdvak)** weten

(% eens & sterk eens)



...vindt het **belangrijk** om te weten met welke bezorgdienst het komt

71%

Retouren



... heeft de laatste
aankoop geretourneerd



... heeft het als makkelijk
/ moeiteloos ervaren

(n = 330)

Top 3 retour opties

(n = 330)

Afgeven bij een pakketpunt 45%

31%

Inleveren bij een postkantoor 40%

40%

Bezorger haalt het thuis op 17%

26%



Retourbeleid

De e-shopper die de afgelopen 12 maanden een pakket
heeft geretourneerd, heeft naar het retourbeleid gekeken

Voordat ik de aankoop doe 59%

54%

Tijdens de aankoop 28%

27%

Na de aankoop, als ik iets retour wil
sturen 13%

20%



Levering en bezorgdiensten

Duurzaamheid

58%
60%



Vindt dat de keuze tussen duurzame leveringsopties belangrijk is bij een online aankoop

49%
64%



Zal eerder kiezen voor een website / verkoper / app met opties voor duurzame levering - %T2B

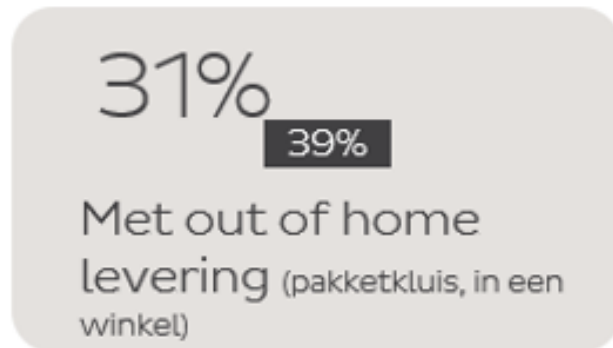
Leveringsopties die als duurzaam worden gezien- %



Key take-aways



Belang regelmatige e-shoppers



Customer lifetime value



Voedsel & fresh is booming



1 op de 3 pakketten Out of Home

Shopper steeds vaker over de grens

Belang van pakketpunten



@Twitter



LinkedIn



Youtube



@Instagram

dpd.nl